

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
Б1.В.5 «РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНО-
ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ»

для направления подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

по профилю
«Маркетинг в цифровой среде»

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург
2026

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 6 от 28 января 2026 г.

Зав. кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»
28 января 2026 г.

_____ О.В. Ваганова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО
28 января 2026 г.

_____ Е.М. Ершов

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины Б1.В.5 «Рекламная деятельность на рынке транспортно-логистических услуг» (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 970, с учетом:

- профессионального стандарта 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н);

- требований АО «ФПК» к выпускнику по направлению 38.03.02 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг в цифровой среде» (подп. заместителем начальника по маркетингу и финансово-экономическим вопросам Северо-Западного филиала АО «ФПК» В.В. Дядичкиным).

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся системы знаний и навыков в области организации рекламной деятельности и маркетинговых коммуникаций на рынке транспортно-логистических услуг, включая разработку, продвижение и оценку эффективности рекламных кампаний, с учетом отраслевой специфики, законодательных требований и современных инструментов продвижения.

Задачи дисциплины:

- изучение основных принципов организации рекламной кампании, методов разработки коммуникационной стратегии, стандартов, этических норм и законодательства РФ в области рекламной и информационной деятельности применительно к транспортно-логистическим услугам;

- приобретение умений по продвижению продукции транспортной организации на рынок, разработке коммуникационной стратегии, формированию предложений по совершенствованию системы продвижения транспортных продуктов (услуг) на основе маркетинговых исследований и сегментации рынка;

- приобретение навыков по поиску и отбору организаций для разработки и размещения рекламных материалов, составлению, заключению и контролю выполнения договоров на разработку и размещение рекламы, продвижению интернет-сайта продукции транспортной организации в поисковых системах;

- приобретение навыков разработки и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний, направленных на повышение потребительской лояльности на рынке транспортно-логистических услуг, включая подготовку предложений для подразделений, разрабатывающих рекламные материалы;

- приобретение навыков выступления на публичных мероприятиях с докладами и презентациями, а также владения методами взаимодействия с органами государственной власти по вопросам оказания транспортных услуг.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	
ПК-3.1.1. Знает основные принципы организации рекламной кампании	Обучающийся знает: – основные принципы организации рекламной кампании
ПК-3.2.1. Умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Обучающийся умеет: – выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
ПК-3.3.1. Владеет навыками по подготовке предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Обучающийся владеет: – навыками по подготовке предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
ПК-3.3.2. Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	Обучающийся владеет: – навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; навыками продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ПК-3.3.3. Владеет навыками по составлению, заключению и контролю выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	Обучающийся владеет: – навыками по составлению, заключению и контролю выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; навыками продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ПК-8 Разработка методики, проведение маркетингового исследования и сегментация рынка транспортных услуг	
ПК-8.2.9 Умеет формировать предложения по совершенствованию системы продвижения транспортных продуктов (услуг) на рынок	Обучающийся умеет: – формировать предложения по совершенствованию системы продвижения транспортных продуктов (услуг) на рынок
ПК-9 Разработка, тестирование и внедрение клиентоориентированных транспортных услуг, создание нематериальных активов (брендов) транспортных компаний и управление ими	
ПК-9.3.4 Владеет навыками разработки и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний программ повышения потребительской лояльности на рынке транспортно-логистических услуг	Обучающийся владеет: – навыками разработки и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний программ повышения потребительской лояльности на рынке транспортно-логистических услуг
ПК-12 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций транспортной организации	
ПК-12.1.2 Знает стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации	Обучающийся знает: – стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации
ПК-12.1.3 Знает методы организации рекламы транспортных услуг на рынок	Обучающийся знает: – методы организации рекламы транспортных услуг на рынке
ПК-12.1.4 Знает законодательство	Обучающийся знает:

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
Российской Федерации и международное право в области рекламной и информационной деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации	– законодательство Российской Федерации и международное право в области рекламной и информационной деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации
ПК-12.2.2 Умеет продвигать продукцию транспортной организации на рынок	Обучающийся умеет: – продвигать продукцию транспортной организации на рынок
ПК-12.2.3 Умеет разрабатывать коммуникационную стратегию транспортной организации	Обучающийся умеет: – разрабатывать коммуникационную стратегию транспортной организации
ПК-12.3.1 Владеет навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций транспортной организации	Обучающийся владеет: – навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций транспортной организации
ПК-12.3.7 Владеет методами взаимодействия с органами государственной власти по вопросам оказания транспортных услуг	Обучающийся владеет: – методами взаимодействия с органами государственной власти по вопросам оказания транспортных услуг

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины».

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий) В том числе:	64
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	32
– лабораторные работы (ЛР)	-
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	80
Контроль	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	КР, Экз
Общая трудоемкость: час / з.е.	180/5

Примечание: «Форма контроля» – Экзамен (Экз), Курсовая работа (КР).

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Реклама на рынке транспортно-логистических услуг: правовые и этические основы	Лекционное занятие 1 Понятие и виды рекламы. История развития рекламы. Особенности рекламы транспортно-логистических услуг. Федеральный закон «О рекламе»: основные понятия, требования к рекламе. Законодательство РФ и международное право в области рекламной и информационной	ПК-12.1.2, ПК-12.1.4

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		деятельности. Стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику транспортной организации.	
		Лекционное занятие 2 Ненадлежащая реклама: недобросовестная, недостоверная, неэтичная, скрытая. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Этика в рекламе транспортных услуг.	ПК-12.1.2
		Практическое занятие 1-2 (4 часа) Анализ примеров ненадлежащей рекламы на транспорте. Разбор ситуаций из практики транспортных компаний. Составление памятки по соблюдению этических норм и законодательства.	ПК-12.1.2, ПК-12.1.4
		Самостоятельная работа Изучение Федерального закона «О рекламе» в части, касающейся транспортных услуг. Подготовка доклада о стандартах рекламной деятельности в транспортной отрасли.	ПК-12.1.2, ПК-12.1.4
2	Классификация рекламы и выбор каналов продвижения транспортных услуг	Лекционное занятие 3 Классификация средств рекламы. Теле-, радио-, пресса, печатная продукция. Специфика размещения рекламы транспортно-логистических услуг в различных СМИ. Методы организации рекламы транспортных услуг на рынок.	ПК-12.1.3
		Лекционное занятие 4 Наружная реклама и реклама на транспорте: виды, требования, эффективность. Реклама на общественном транспорте, в метро, на вокзалах. Продвижение интернет-сайта транспортной компании в поисковых системах (SEO).	ПК-3.3.2
		Практическое занятие 3-4 (4 часа) Интернет-реклама транспортных услуг: контекстная, таргетированная, медийная. Разработка плана продвижения сайта транспортной компании в поисковых системах. Выбор каналов продвижения с учетом бюджета. Продвижение продукции транспортной организации на рынок.	ПК-3.3.2, ПК-12.2.2
		Самостоятельная работа Подготовка сравнительного анализа эффективности различных каналов рекламы для транспортно-логистической компании.	ПК-12.1.3
3	Организация рекламной деятельности и договорная работа в транспортной компании	Лекционное занятие 5 Рекламное агентство: виды, функции, структура. Организация собственной рекламной службы на транспортном предприятии. Взаимодействие с подрядчиками. Поиск и отбор организаций для разработки и размещения рекламных материалов.	ПК-3.3.1, ПК-3.3.2
		Лекционное занятие 6 Планирование рекламной работы. PEST-анализ для транспортной отрасли. Составление, заключение и контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламы. Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов.	ПК-3.3.1, ПК-3.3.2, ПК-3.3.3

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Практическое занятие 5-6 (4 часа) Разработка технического задания для рекламного агентства. Составление проекта договора на разработку и размещение рекламы транспортных услуг. Анализ типовых ошибок при заключении договоров.	ПК-3.3.1, ПК-3.3.3
		Самостоятельная работа Подготовка предложений для подразделения, разрабатывающего рекламные материалы транспортной компании.	ПК-3.3.1
4	Коммуникационная стратегия и разработка рекламных кампаний для повышения лояльности	Лекционное занятие 7 Фирменный стиль транспортной компании. Брендинг. Создание нематериальных активов (брендов) транспортных компаний и управление ими.	ПК-9.3.4
		Лекционное занятие 8 Коммуникационная стратегия транспортной организации. Методы разработки стратегии. Этапы рекламной кампании: целевая аудитория, концепция, стратегия, бюджет. Разработка и проведение коммуникационных (рекламных) кампаний для повышения потребительской лояльности.	ПК-9.3.4, ПК-12.2.3
		Практическое занятие 7-8 (4 часа) Разработка коммуникационной стратегии для транспортно-логистической компании. Создание проекта рекламной кампании, направленной на повышение лояльности клиентов.	ПК-9.3.4, ПК-12.2.3
		Самостоятельная работа Анализ успешных рекламных кампаний транспортных компаний (российских и зарубежных).	ПК-9.3.4
5	Система маркетинговых коммуникаций транспортной организации	Лекционное занятие 9 Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Система маркетинговых коммуникаций транспортной организации: структура, элементы, принципы разработки.	ПК-12.3.1
		Лекционное занятие 10 Паблсити, стимулирование сбыта, личная продажа, связи с общественностью (PR) в транспортной отрасли. PR-коммуникации: задачи, принципы, диалоговая модель.	ПК-3.2.1
		Практическое занятие 9-10 (4 часа) Разработка системы маркетинговых коммуникаций для транспортной компании. Подготовка плана PR-мероприятий. Выступление с презентацией проекта.	ПК-3.2.1, ПК-12.3.1
		Самостоятельная работа Подготовка доклада о роли PR в продвижении транспортных услуг.	ПК-3.2.1
6	Медиапланирование и совершенствование системы продвижения транспортных услуг	Лекционное занятие 11 Медиапланирование: понятие, основные показатели. Целевая аудитория рекламной кампании транспортных услуг. Сегментация рынка транспортных услуг.	ПК-8.2.9
		Лекционное занятие 12 Формирование предложений по совершенствованию	ПК-8.2.9

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		системы продвижения транспортных продуктов (услуг) на рынок. Коммуникационные эффекты. Матрица Росситера - Перси.	
		Практическое занятие 11-12 (4 часа) Разработка медиаплана для транспортной компании. Расчет основных показателей. Подготовка предложений по оптимизации системы продвижения. Продвижение продукции транспортной организации на рынок.	ПК-8.2.9, ПК-12.2.2
		Самостоятельная работа Анализ эффективности медиапланов конкурентов на рынке транспортно-логистических услуг.	ПК-8.2.9
7	Взаимодействие с органами государственной власти и публичные коммуникации	Лекционное занятие 13 Методы взаимодействия с органами государственной власти по вопросам оказания транспортных услуг. Нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности на транспорте.	ПК-12.3.7
		Лекционное занятие 14 Публичные мероприятия: подготовка докладов и презентаций. Выступление на отраслевых конференциях, совещаниях, публичных слушаниях.	ПК-3.2.1
		Практическое занятие 13-14 (4 часа) Деловая игра: взаимодействие с государственными органами при организации рекламной кампании на транспорте. Подготовка и защита презентации проекта перед «комиссией».	ПК-3.2.1, ПК-12.3.7
		Самостоятельная работа Подготовка доклада о порядке согласования наружной рекламы с органами местного самоуправления.	ПК-12.3.7
8	Оценка эффективности рекламной деятельности транспортной компании	Лекционное занятие 15 Показатели эффективности размещения рекламы на различных носителях. Экономическая и психологическая эффективность рекламы транспортных услуг.	ПК-3.3.3
		Лекционное занятие 16 Методы оценки эффективности рекламной деятельности. Контроль выполнения договоров на разработку и размещение рекламы. Анализ результатов продвижения.	ПК-3.3.3
		Практическое занятие 15-16 (4 часа) Расчет эффективности рекламной кампании транспортной компании. Подготовка отчета для руководства. Оценка выполнения договорных обязательств. Продвижение продукции транспортной организации на рынок (анализ результатов).	ПК-3.3.3, ПК-12.2.2
		Самостоятельная работа Разработка системы КРІ для оценки эффективности рекламной деятельности транспортной организации.	ПК-3.3.3

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего
1	Реклама на рынке транспортно-логистических услуг: правовые и этические основы	4	4	10	18
2	Классификация рекламы и выбор каналов продвижения транспортных услуг	4	4	10	18
3	Организация рекламной деятельности и договорная работа в транспортной компании	4	4	10	18
4	Коммуникационная стратегия и разработка рекламных кампаний для повышения лояльности	4	4	10	18
5	Система маркетинговых коммуникаций транспортной организации	4	4	10	18
6	Медиапланирование и совершенствование системы продвижения транспортных услуг	4	4	10	18
7	Взаимодействие с органами государственной власти и публичные коммуникации	4	4	10	18
8	Оценка эффективности рекламной деятельности транспортной компании	4	4	10	18
Итого		32	32	80	144
Контроль					36
Всего (общая трудоемкость, час.)					180

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине является неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий.

– Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

– Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

– По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и

правилам.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Перечень лицензионных программ представлен на внутреннем портале ФГБОУ ВО ПГУПС по адресу <http://eaisu.pgups.edu.mps/info/prog/>.

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

- eLIBRARY : научная электронная библиотека. М.: ООО «Научная электронная библиотека», 2000-2026. URL: <http://elibrary.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

- «ИНТУИТ» : Национальный Открытый Университет : [сайт]. М.: НОУ «ИНТУИТ», 2003-2026. URL: <https://intuit.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей.

- «КиберЛенинка» : научная электронная библиотека. М.: ООО «Итеос», 2012-2026. URL: <http://cyberleninka.ru/>.

- ibooks.ru : электронно-библиотечная система : сайт. СПб.: «Питер», «БХВ-Петербург», 2010-2026. URL: <https://ibooks.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru.

- Гарант.ру : информационно-правовой портал. М.: ООО «НПП "ГАРАНТ-СЕРВИС"», 1990-2026. URL: <https://www.garant.ru/>.

- Консультант студента : электронная библиотечная система : сайт. М.: IT компания ООО «Консультант студента», 2010-2026. URL: <https://www.studentlibrary.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

- Лань : электронно-библиотечная система : сайт. СПб.: ООО «ЭБС Лань», 2011-2026. URL: <https://e.lanbook.com/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

- Словари и энциклопедии на Академике : интернет-сервис. «Центр телекоммуникаций», 2000-2026. URL: <http://academic.ru/>.

- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации : сайт. СПб: АО «Кодекс», 2026. URL: <http://docs.cntd.ru/>.

- ЮРАЙТ : образовательная платформа : сайт. М.: ООО «Электронное издательство Юрайт», 2020-2026. URL: <https://urait.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru.

8.5. Перечень печатных и электронных изданий, используемых в образовательном процессе:

- 1) Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями на 30.12.2021 года) // КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/.

- 2) Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ // КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/.

- 3) Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/.

- 4) Международный кодекс рекламной деятельности (кодекс МТП) : [International Code of Advertising Practice, ICC Code] // «Кодекс» : профессиональная справочная система : [сайт]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/901784169>.

- 5) Российский кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций // АКАР : Ассоциация Коммуникационных Агентств России : [сайт]. URL: <https://akarussia.ru/download/rrk.pdf>.
- 6) Бачурин А.А. Маркетинг на автомобильном транспорте : учебник для вузов. 3-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2026. 208 с. ISBN 978-5-534-12343-2.
- 7) Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2018. 363 с. ISBN 978-5-534-04357-0.
- 8) Жильцова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2019. 233 с. ISBN 978-5-9916-9889-4.
- 9) Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. О.Н. Жильцовой. М.: Центркаталог, 2025. 244 с. ISBN 978-5-907825-06-2.
- 10) Рудыка Н.А. Реклама и связи с общественностью в транспортной отрасли: организационная структура и технологии : учебное пособие. М.: РУТ (МИИТ), 2019. 108 с.
- 11) Управление рекламной деятельностью организации: учебно-методическое пособие / О.Ю. Колущинская, Н.В. Катунина, А.А. Веретено [и др.]. Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2019. 228 с. ISBN 978-5-7779-2362-2.
- 12) Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2019. 391 с. ISBN 978-5-9916-8299-2.
- 13) Формирование маркетингового комплекса на рынке транспортных услуг : монография / Д.В. Богданов, У.А. Волосатова, Ж.В. Горностаева [и др.] ; Федеральное агентство по образованию, Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. Шахты: Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса, 2009. 188 с. ISBN 978-5-93834-526-3.
- 14) Щепилова Г.Г., Щепилов К.В. Реклама: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2018. 381 с. ISBN 978-5-534-01220-0.
- 15) Маркетинг в России и за рубежом : научно-практическое издание : [сайт] / ООО «Финпресс». М., 1997-2026. URL: <http://mavriz.ru/>.
- 16) Транспортное дело России : научное издание : [сайт] / «Морские вести России» : издательство. М., 1998-2026. URL: <https://morvesti.ru/izdaniya/tdr/>.
- 17) KPI Lab. Увеличили трафик в 5 раз за 8 месяцев. Продвижение логистической компании // Рейтинг рунета : [сайт]. 2023. 26 апреля. URL: <https://ratingruneta.ru/cases/case-12096/>.
- 18) Кейсы по продвижению сайтов грузоперевозок // Компания «Пиксель Плюс» : [сайт]. 2026. URL: <https://pixelplus.ru/portfolio/prodvizhenie-saytov/gruzoperevozki/>.
- 19) Ковязин Л.С. Обзор инструментов интернет-маркетинга в транспортной компании [Электронный ресурс] // «Научный аспект» : электронный журнал. 2024. №5. URL: <https://na-journal.ru/5-2024-ekonomika-menedzhment/11626-obzor-instrumentov-internet-marketinga-v-transportnoi-kompanii>.
- 20) Логистические услуги: увеличили долю рынка в Москве с помощью комплексного digital-продвижения // ЮТЛ : агентство интернет-маркетинга : [сайт]. 2025. 9 июня. URL: <https://www.utlab.ru/blog/logisticheskie-uslugi-case-adv/>.
- 21) Маркетинг в транспортной компании // ГЛХ Консалтинг : [сайт]. 2026. URL: <https://glx.su/marketingovoe-prodvizhenie-transportnoj-kompanii/>.
- 22) Почепский О. Буклеты и маркетинг в транспортной логистике: как продвигать логистическую компанию // Компания «Клеверенс» : IT-решения для бизнеса : [сайт]. 2024. 25 марта. URL: <https://www.cleverence.ru/articles/sklad-i-logistika/-buklety-i-marketing-v-transportnoy-logistike-kak-prodvigat-logisticheskuyu-kompaniyu/>.
- 23) Продвижение транспортных услуг // Группа компаний «Интегрис» : [сайт]. 2026. URL: <https://integrus.ru/blog/internet-marketing-decisions/prodvizhenie-transportnyh-uslug.html>.

24) Сухих М., Афонин С. Как привлечь лиды по цене до 400 рублей – кейс по грузоперевозкам от FERMA // Callibri : Платформа лид-менеджмента. 2023. 29 августа. URL: <https://callibri.ru/blog/mini-keis-o-gruzoperevozkah-ferma>.

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

– Личный кабинет ЭИОС / ПГУПС : [сайт]. СПб: ПГУПС, 2026. URL: my.pgups.ru.
Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Электронная информационно-образовательная среда // ПГУПС : [сайт]. СПб: ПГУПС, 2026. URL: <https://sdo.pgups.ru>. Режим доступа: для авториз. пользователей.

Разработчик рабочей программы, доцент
кафедры «Менеджмент и маркетинг»
28 января 2026 г.

О.Ф. Серова